

# 「継続的改善から革新が生まれる」―成果を上げてモチベーションを高めるBSCの具体策を大公開

株式会社アットストリーム  
代表取締役 平山賢二氏

アットストリームは創業以来、コンサルティングの実践の中でBSCを成功に導く、高度なスキルを磨き独自のノウハウを築き上げてきた。特別講演では、同社の代表取締役 平山賢二氏が多くのお客様から確固たる信頼を勝ち得た、「戦略展開図」と「KPIマネジメント」のすべてを余すところなくプレゼンテーションする。

「経済・経営革新」人・組織の変革」は技術の進化から

人類の歴史を振り返ると、「産業革命」の時代から

まず技術が進化しその技術を活用することで、ビジネスや社会も進化を遂げてきた。つまり「テクノロジー・技術革新」↓「エコノミー・経済・経営革新」↓「オーガニゼーション・人・組織の変革」というサイクルに沿って、技術は世界を変えてゆく。逆に「オーガニゼーション・人・組織の変革」から、「テクノロジー・技術革新」が生まれるわけではない。

今は「テクノロジー」「エコノミー」「オーガニゼーション」のサイクルと、それを串刺しにする「グローバル化」が世の中に大きな変化をもたらす時

代になっている。そしてBSC

は、「テクノロジー」や「エコノミー」ではなく「オーガニゼーション」に位置付けられる。人や組織をいかにマネジメントするかが重要だ。

「勝つ目標へ挑戦するには3つのモチベーションと5つの条件が必要」

BSCは、上位概念から順に「財務の視点」「顧客の視点」「内部プロセスの視点」、そして下位概念の「学習と成長の視点」の4階層構造でマネジメントのあり方をとらえる経営管理手法である。手法だからその使い方は経営成果を上げるために、各社各様で日々の実践を通して工夫すればいい。ただし高い上位目標がなければ、人や組織のモチベーションは上がらない。そこでBSCでは、上

位概念に当たる「財務の視点」から収益増大戦略や生産性向上戦略などを「勝つ目標」として立案し、「顧客」

「内部プロセス」「学習と成長」の各視点へと展開していくことが望ましい。

人や組織が一体となって「勝つ目標へ挑戦するには、3つのモチベーションを設定する必要がある。マラソンに例えると第1に、走り始めるモチ

ベーション。戦略展開図を可視化して人や組織が納得できる意思の共有化を図る。第2に、走り続けるモチベーション。科学的な経営管理手法であるKPIマネジメントを駆使して進捗と改善を繰り返す。第3に、ゴールをイメージするモチベーション。企業全体で成果を祝つて次の展開へとつなげる。また3つのモチベーションを維持するには、次の5つの条

革新的取り組みを生み出すのは継続的改善&独自のトリガー

マンネリ化した人や組織から革新は生まれない。人・組織の中で毎日毎月毎年、改善を重ねていく中から革新が生まれてくる。そして「勝つ目標を達成するためには新たに挑戦する高いモチベーションを持つ集団のみが革新的取り組みを行うことができる。アットストリームが提案する「戦略展開図」と「KPIマネジメント」は、継続的改善のみならず革新的取り組みを始めるトリガーとなる。

広告